

**МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ ПАРАЛЕЛІ:
НАУКОВИЙ І ПРАКТИЧНИЙ ВИМІР**

*Матеріали міжнародного симпозіуму,
присвяченого 50-річчю
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв*

6 червня 2019 року

Київ – 2019

Культурологічні та мистецтвознавчі паралелі: науковий і практичний вимір: матеріали міжнародного симпозіуму, 6 червня. 2019 р. М-во культ. України; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ: НАКККиМ, 2019. 376 с.

Збірник матеріалів присвячено актуальним питанням гуманітарних наук, експертної діяльності в галузі культури і мистецтва, соціокомунікаційним процесам в інформаційній, бібліотечній й документознавчій справі, традиціям та сучасним напрямам сценічного й аудіовізуального, а також музичного мистецтва. До того ж, висвітлено теоретико-практичний міжкультурний потенціал соціокультурної послуги, практики дизайну і реклами, проаналізовано стан, проблеми і перспективи хореографічної культури у державотворчому процесі.

Рекомендовано науковим співробітникам, працівникам бібліотек, викладачам і студентам вищих навчальних закладів та широкому колу читачів.

Редакційна колегія:

Чернець В. Г., ректор Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор філософії, професор, заслужений працівник освіти України, лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, академік Академії наук вищої освіти України, член Національної спілки журналістів України (*голова*)

Іванов С. В., перший проректор з науково-педагогічної роботи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор хімічних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, лауреат Державної премії в галузі науки і техніки та Республіканської премії ім. М. Островського в галузі науки і техніки

Литвин С. Х., проректор з наукової роботи та міжнародних зв'язків Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор історичних наук, професор

Дичковський С. І., директор Інституту практичної культурології та арт-менеджменту Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, кандидат педагогічних наук, доцент

Копієвська О. Р., завідувач кафедри арт-менеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, доктор культурології, професор

*Рекомендовано до друку Вченою радою
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
(протокол № 12 від 28 травня 2019 року)*

**Позиція авторів може не збігатися із позицією редакційної колегії збірника.
Автори несуть повну відповідальність за викладений матеріал.**

АКТУАЛІЗАЦІЯ ЗАКЛАДІВ КУЛЬТУРИ У ФОРМУВАННІ БРЕНДУ МІСТА

Останні роки актуалізуються процеси брендування міст. Кожний шукає свою нішу, шляхи, щоб стати пізнаваним. Великим містам значно легше стати брендом, оскільки можна задіяти великий арсенал ресурсів. Однак це не означає, що у невеликих міст не має шансів перетворитися у бренд. Як стверджують фахівці брендингу, бренд міста створюють самі мешканці. «Бренд культурного міста», на наш погляд, є досить перспективним, і культура міста в даному разі автоматично стає складовою. Культурні мешканці створюють відповідну атмосферу. Заклади культури, музеї зокрема, формують культуру мешканців.

Не заглиблюючись у семантику поняття «бренд», історичні аспекти його виникнення і наповнення науковим та практичним змістом, зазначимо, що даний термін відображає уявлення суспільства (споживача) про певну субстанцію (маємо на увазі тут або товар, або послугу, організацію, або місто тощо). Останнім часом все більшу зацікавленість чиновників викликає поняття бренд міста, посилюється бажання його створювати або покращувати. Отже, посилюється увага до брендингу територій.

Поняття бренду міста несе в собі процес побудови певних асоціацій, які виникають у свідомості людини при його згадуванні. При назві міста, ми перераховуємо те, з чим пов'язуємо його. І цей перелік іноді не обмежується однією-двома позиціями. У зв'язку з цим, експерт з брендингу територій, власник агентства «Consulting», яке спеціалізується на розробці брендингових стратегій для міст, територій, держав Жозе Торрес, наголошує, що бренд – це не логотип, а логотип – це ще не бренд. Згадаємо логотип Києва. На давньому – було зображення гілки квітучого каштану. Чи то зміна ідеології, чи то причина, що каштани київські вироджуються через екологічні проблеми міста, починаючи з 2011 р. розпочато проведення всіляких конкурсів на створення нового логотипу і бренд-концепції міста (Київ – місто, де все починається). Остаточного варіанту, який би влаштував громадськість, немає. А чи потрібно стільки уваги приділяти логотипу? Питання виникають і щодо бренд-концепції Києва, яка пов'язується з брендинговою стратегією, а вона орієнтується на певну цільову аудиторію. Тож потрібно дати відповідь на запитання: це іноземні інвестори, туристи чи таланти? Тому і місто має просуватися за відповідним вектором, а відтак його бренд спрямовується або на привабливість для інвесторів, або цікавість у туристів, або як площа для реалізації ініціатив і талантів. Доцільно згадати визначення бренду Франца-Рудольфа Еша: «... це образні уявлення, збережені в пам'яті зацікавлених груп, які виконують функції ідентифікації й визначають поведінку споживачів при виборі продуктів і послуг». ¹ На нашу думку, таке тлумачення пояснює близькість поняття бренд і культура, оскільки культура є носієм історичної пам'яті, ретранслює, зберігає [3].

З початку 2000 років актуалізується процес залучення потенціалу культури до процесу формування бренду. Ставки робляться на креативні галузі, такі, як дизайн, реклама, театр, музеї, розваги, кіновиробництво тощо. Так, Кейт Дінні, експерт з брендингу територій, директор Центру брендингу міст і засновник консалтингової компанії «Brand Horizons», аналізуючи найкращі бренди міст, одну з глав присвятив Гонконгу, який поєднує в брендинговій стратегії історичне минуле і сучасність, що спрямована на майбутнє. Так, дещо дивно звучить, але адміністрація міста активно працює над підтримкою його актуальності. Нові погляди на бренд Гонконгу формуються на перспективу 15 років: у 2006 році громадськість бачила його майбутнє у культурній спадщині та навколишньому середовищі, природних ресурсах. Як свідчить час, перспективні уявлення цілком втілилися у практичну реалізацію[1]. Відзначимо, що процес брендування розпочався в Україні з великих міст. Про це свідчать конкурси, які були оголошені на загальний конкурс і отримали широку інформаційну підтримку. У 2014 році 26 міст зробили заявку на участь у Канадському проекті ПРОМІС. Канадськими і вітчизняними експертами були проведені зустрічі, консультації з питань брендування міста. В результаті було відібрано 16 міст. Це Київ, Одеса, Кривий ріг, Львів, Хмельницький, Вінниця, Павлоград (Дніпропетровської області) та інші. Вже є офіційно прийняті. Чи орієнтуються бренди українських міст на культурні об'єкти? Все частіше піднімаються і в пресі, і в громадських колах проблеми руйнування, знищення, втрати, приватизації для переорієнтації функціонального призначення (останнє торкається архітектурних споруд) історичного середовища, нерухомої спадщини України. Ще у 2014 р. Віце-президент Національної спілки архітекторів України оприлюднює проект Соціальної програми збереження культурної спадщини України, в якій зазначено,

¹ Директор Інституту дослідження брендів і комунікацій (Німеччина), професор кафедри маркетингу Університету м. Гіссен (Німеччина).

щороку Україна втрачає більше 100 об'єктів культурної спадщини, яка «перебуває за межами економічного життя» і потребує соціального захисту. У зв'язку з цим, її права повинні враховуватись в соціальних програмах так само, як соціально незахищених верств населення – людей з особливими потребами, дітей та людей літнього віку. «Немає більш безправних об'єктів в оточенні людини, ніж об'єкти культурної спадщини» [2]. На жаль, такі факти і аргументовані міркування вітчизняних фахівців свідчать про те, що брендинг українських міст, хоча і орієнтується частково на залучення культурних об'єктів, однак втрачає при недбалому ставленні до культури. Нещодавно «зачепив» меседж на одному з телеканалів: «столиця втрачає історичне обличчя». Причини: новобудови в історичних районах Києва, пожежі, приватизація архітектурних пам'яток. З цих причин і Андріївський узвіз, як культурно-історичний осередок, на жаль, також зазнав змін. У 2018 р. Київська міська рада затвердила міську цільову програму «Охорона та збереження культурної спадщини Києва на 2019-2021 рр.», де визначені об'єкти культури для особливої уваги, фінансово підтримані, однак таку програму доцільно було б впроваджувати значно раніше. Для розробки бренду потрібно долучати фахівців, які спрямують свою роботу на формування іміджу міста. Так, при розробці бренду Вінниці була створена робоча група експертів. До її складу ввійшли представники місцевої влади, історики, архітектори, ректори вищих навчальних закладів, архітектори, бізнесмени. Як бачимо, фахівців сфери культури обійшли увагою, хоча саме вони формують культуру міста, яка є потужною складовою будь-якого бренду. Отже, підсумовуючи, зазначимо, що подальшої розробки потребує визначення поняття «бренд міста». Просування бренду – це створення бажаної репутації. Як результат це призводить до розширення інвестицій, активізації туризму, посиленню почуття гордості за рідне місто, посилення згуртованості громади, розвитку креативних тенденцій. В результаті – виділити місто серед інших. Актуалізується питання культури міста, виявлення її потенціалу в іміджевих технологіях міста, спрямованих на його брендування. Культурно-історичні пам'ятки – це ресурс, який вже є, тому для вітчизняних практик брендування важливо їх зберегти через документальну, юридичну та економічну підтримку.

Література

1. Динни Кейт. Брендинг городов: лучшие мировые практики. М.: Village. 271 с.
2. Олійник Олена. Соціальна програма збереження культурної спадщини України. Електронний ресурс: <https://blog.liga.net/user/ooliynyk/article/15000>
3. Франц-Рудольф Эш. Оценка современных условий управления брендами. Учет рыночных условий: обесценение продуктов и брендов // Бренд-менеджмент. 2008. № 4.

Бойко Ольга,

доктор філософських наук, професор кафедри психології, політології та соціокультурних технологій Сумського державного університету

КУЛЬТУРНІ ПРАКТИКИ ЯК ЧИННИК ЗРОСТАННЯ РЕГІОНІВ

Перехід до інформаційного суспільства актуалізує пошуки засобів та технологій, що забезпечують орієнтацію людини в сучасному світі. Сучасний культурологічний дискурс характеризується не тільки різноманітними напрявленнями в дослідженні культури, а й ростом прикладних векторів її інтерпретації та аналізу. І дійсно, дослідження показують, що культура у вигляді ціннісних установок, переконань здійснює значний вплив на соціально-економічний розвиток країн. В епоху глобалізації культура стає «р'ятівним кругом», який здатний вивести суспільство з економічного та соціального застою [4].

Слід зазначити, також, що культура є не тільки імпульсом для соціально-економічних процесів, а й ресурсом для розвитку міст та регіонів. Невипадково в останні роки з'явилися нові поняття, які увібрали в себе тенденції сучасності: «культурний капітал», «культурні індустрії» «креативні індустрії», «творчий кластер», «культурні практики» тощо. Так, під поняттям «культурний капітал», який вперше застосував П. Бурдьє, розуміється певне знання, що дозволяє розуміти та оцінювати різні типи культурних відносин та культурних продуктів [1]. Цей вид капіталу є важливою складовою символічного капіталу. Відповідно ідеям П'єра Бурдьє, концепція символічного капіталу допомагає розкрити сутність конструювання та підтримки дистанції у просторі, які механізми його організації та структурування. Тим самим, культура стала розумітися як фактор перетворення територій, а засобом, і в свою чергу, технологією такого перетворення є культурні практики.

Культурні практики реалізуються через різні види діяльності та взаємодії людей, при цьому в культурній практиці реалізується творчий потенціал учасників. Отже, культурні практики – це і є реалізація культури в її безпосередніх діях. Культурні практики, на відміну від духовних практик, як правило, сумісні та інституціоналізовані. Культурні практики – це стійкі форми взаємодії людей, які дозволяють виробляти,

ЗМІСТ

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

<i>Адамовська М.</i> Туристичні гетеротопії.....	3
<i>Антонова О.</i> Книжкові виставки і ярмарки як елемент книжкової культури.....	4
<i>Атаманенко О.</i> Культурно-мистецька освіта через призму державної політики.....	5
<i>Белофастова Т.</i> Актуалізація закладів культури у формуванні бренду міста.....	6
<i>Бойко О.</i> Культурні практики як чинник зростання регіонів.....	7
<i>Бондаренко В.</i> Екотуризм як вирішення проблеми конкурентоспроможності державних закладів культури.....	8
<i>Булєнко О.</i> Перспективи розвитку event-агенств в Україні.....	10
<i>Вінічук І.</i> Розвиток інформаційних та телекомунікаційних послуг в умовах формування репутаційної економіки.....	11
<i>Васильченко Л.</i> Дозвілєва діяльність сучасної молоді.....	14
<i>Вернигоренко О.</i> «Зарозуміла мова» в російському футуризмі як «явище» і як «річ в собі» за теорією «чистого розуму» Еммануїла Канта.....	15
<i>Воробйова Н.</i> Соціокультурне брендування на шляху євроінтеграції України.....	17
<i>Гавеля О.</i> Сучасні культурні цінності обдарованої особистості в плюральних репрезентаціях.....	19
<i>Гаврилюк С.</i> Фінансове забезпечення розвитку туристичного підприємництва в Україні.....	21
<i>Головач Н.</i> Європейський досвід підтримки галузі культури.....	23
<i>Грет Г.</i> Медіа ресурси в глобальному інформаційному просторі.....	25
<i>Дабло Л.</i> Індологічні студії Дмитра Овсянико-Куликовського як приклад міжкультурної комунікації.....	28
<i>Даценко А.</i> Культурні інституції як основа гуманітарної стратегії держави в контексті сучасних культурно творчих процесів.....	29
<i>Денисюк Ж.</i> Інформаційні технології та комунікативні практики у процесах ціннісних трансформацій соціуму.....	30
<i>Дерев'янка К.</i> Освітні напрямки соціокультурного розвитку особистості.....	31
<i>Дичковський С.</i> Впровадження концепції туристичного бренду міста.....	32
<i>Добіна Т.</i> Педагогічна спадковість як подолання ентропійних чинників формалізації процесів українського культуротворення першої половини ХХ століття.....	34
<i>Донченко І.</i> Фестивальний рух в контексті сучасних культурних перетворень.....	35
<i>Дорошенко Т.</i> Поняття симулякр у соціокультурному просторі.....	36
<i>Дуденко І.</i> Соціокультурна складова волонтерської діяльності в Україні.....	38
<i>Дячук В.</i> Фактори впливу на формування соціокультурної активності людей.....	39
<i>Заїка Г.</i> Формування іміджу організації в сфері музейної діяльності.....	41
<i>Зеленська Л.</i> Виставка як культурна практика.....	42
<i>Казмірук О.</i> Національний культурний продукт у системі популяризації української культури на прикладі Подільської кераміки.....	43
<i>Kiloshenko O., Anderson L.</i> Ethnic identity and cross-cultural awareness in teaching English for art students ..	45
<i>Коваленко Є.</i> Дві культури в сучасному менеджменті.....	47
<i>Коваль А.</i> Релігійний туризм в системі забезпечення культурних потреб людини.....	49

<i>Кондратюк Л.</i> Ірпінський перекладацький осередок» Г. П. Кочура в контексті міжкультурного діалогу".....	50
<i>Копієвська О.</i> Тематизація прикладних досліджень в сучасному культурологічному дискурсі.....	52
<i>Костюк В.</i> Культурні практики з охорони нематеріальної культурної спадщини на прикладі центру народної культури.....	54
<i>Костюченко О., Дихнич Л.</i> Управління змінами в організаціях соціокультурних індустрій засобами проектного менеджменту.....	55
<i>Кузнєцова Л.</i> Особливості інформаційного забезпечення соціокультурного простору сучасності	56
<i>Мазуркевич О.</i> Соціокультурні чинники у формуванні освітніх процесів.....	57
<i>Мельник О.</i> Історична ретроспектива становлення культури села Глинськ.....	58
<i>Миколаєнко В.</i> Особливості професії менеджера соціокультурної діяльності в закладах культури сільської місцевості.....	60
<i>Москвічова Ю.</i> Специфіка міжкультурної комунікації на Вінниччині.....	61
<i>Надоленко Г.</i> Практика організації післядипломної освіти в галузі культури на прикладі Вінницької області.....	63
<i>Наконечна М.</i> Культурологічна складова філософії діалогу М. Бубера: концепція «Бог як друг»	65
<i>Овчарук О.</i> Культурна дипломатія: теоретичний та прикладний аспект.....	67
<i>Гайдук О.</i> Культуротворчий потенціал супергероя через призму українських народних казок....	68
<i>Паламаровська Я.</i> Культуротворча місія українського костюму: історія та сучасність.....	70
<i>Панченко С.</i> Види соціального туризму та їх значущість для розвитку специфічного ринку України..	71
<i>Параніч В., Засє Н., Омельченко В.</i> Особливості впливу інформаційного суспільства на формування інформаційно-культурних потреб особистості.....	73
<i>Петрова І.</i> Івент-менеджмент: освітні тренди.....	75
<i>Поліщук Л.</i> Професійна підготовка івент-менеджерів в Україні.....	76
<i>Пономаренко Н.</i> Динаміка культурних процесів в сфері міжнародного співробітництва сучасної України (на прикладі волонтерських проєктів).....	78
<i>Рабиун Ю.</i> Алгоритм реалізації рекламної та арг-кампанії.....	80
<i>Сінько А.</i> Культурний продукт в системі популяризації культури в Україні.....	81
<i>Садовенко С.</i> Міфопоетичні архетипи смислового топосу української народної художньої культури.....	83
<i>Сапелкіна З.</i> Культурно-цивілізаційний контекст євроінтеграційної стратегії України.....	85
<i>Сапожнік О.</i> Місце і роль духовності в культурній ідентифікації нації	86
<i>Скузь В.</i> Застосування івент-технологій для розвитку корпоративної культури підприємства...	87
<i>Тадля О.</i> Діяльність студентського зіркового клубу лідерів Київського університету культури.....	88
<i>Бутенко В.,</i> Тематизація поняття «культура парку» в науково-практичному дискурсі.....	90
<i>Краснокутська К.</i> Методичні практики в сучасному культуротворенні (на прикладі Дідовецького РБК).....	91
<i>Колесник О.</i> Культурологічна шекспірологія. презентація монографії «Король Лір»: міф і трилер».....	92
<i>Смоліна О.</i> Література в контексті культурологічної інтерпретації Хосе Ортега-і-Гассета.....	94
<i>Токовенко М.</i> Розвиток міжнародного фестивального руху у формуванні сучасного культурно-мистецького середовища України.....	95
<i>Узніченко В.</i> Соціокультурний потенціал фестивальної діяльності в Україні.....	96

<i>Фабрика-Процька О.</i> Специфіка регіонально-культурної ідентичності українсько-європейського пограниччя в період сьогодення.....	98
<i>Федь В.</i> Взаємодія українських етносів як інтеграційна гуманітарна стратегія культуротворчості.....	100
<i>Філіна Т.</i> Міжнародне культурне співробітництво в епоху глобалізації.....	101
<i>Фролова В.</i> Політична культура українського населення, комунікативні методи впливу.....	103
<i>Шевченко Н.</i> Український обрядовий календар як феномен нематеріальної культурної спадщини.....	105
<i>Шершова Т.</i> Культурні практики у формуванні національної ідентичності.....	107
<i>Шибер О.</i> Подієвий туризм як креативна форма рекреаційно-дозвіллевих практик.....	109
<i>Яковлев О.</i> Інноваційні стратегії соціокультурного проектування сучасної України.....	110
<i>Янчук В.</i> Культуротворчий потенціал України: діяльність та розвиток національної кіностудії художніх фільмів ім. О. П. Довженка.....	111
<i>Яремчук О.</i> Практика коменорації як основа функціонування художнього музею.....	112

МИСТЕЦТВОЗНАВСТВО

<i>Аметова Л.</i> Образні складові дизайну ювелірних виробів Євгенії Гапчинської.....	114
<i>Андріанова О., Біскулова С.</i> Використання сучасних неструктивних методів аналізу при дослідженні творів живопису і графіки.....	116
<i>Антошко М.</i> Народна музика Китаю.....	117
<i>Афоніна О.</i> Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв у моєму науково-педагогічному житті.....	119
<i>Барбалат О.</i> Мистецтво, народжене вогнем: старовинна техніка гарячої емалі на теренах сучасної України.....	120
<i>Беда О.</i> Ейсид-джаз як стильовий синтез джазу і популярної музики.....	123
<i>Bezruchko O.</i> The history of the creation and the reasons for stopping the movie 'the willows and the pavement'.....	124
<i>Бекіров У.</i> Кримськотатарська музика в академічній традиції України ХХІ століття.....	125
<i>Белявін В.</i> Сучасні тенденції до математизації мистецьких аудіотехнологій у звукорежисурі.....	126
<i>Белявіна Н.</i> Організація навчально-художнього пізнання під час навчального процесу.....	128
<i>Бойко Х., Радомська В.</i> Науково-реставраційна практика у збереженні декоративно-монументального мистецтва.....	130
<i>Борисенко Т.</i> Перпетуум мобіле в музиці.....	131
<i>Борщ О.</i> Культурні потоки в просторі українського музичного мистецтва початку ХХ століття.....	132
<i>Бочерова Т.</i> Мистецтво та технологія художнього литва зі сплавів цинку у країнах Азії до ХІХ ст.....	134
<i>Брей Н.</i> Свято-Георгіївська церква меморіалу "Поле Берестецької битви" – зразок монументального малярства Івана Іжакевича.....	135
<i>Ванюга Л.</i> Театральний рух на Тернопільщині на початку ХХ століття.....	137
<i>Василенко О.</i> Хорова прелюдія як унікальний жанр українського музичного мистецтва.....	138
<i>Вежневцев І.</i> Творчість Франсіса Пуленка у культурологічному просторі України ХХІ ст.....	139

<i>Каменська В.</i> Розширення тембральних можливостей фортепіано у камерно-інструментальній творчості Сергія Ярунського.....	179
<i>Карась Г.</i> Українське музичне діаспорознавство як новий напрям мистецтвознавчої школи Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.....	181
<i>Кармазін А.</i> Історизм мислення Михайла Вериківського.....	182
<i>Карпенко О.</i> Народні традиції у мистецтві художнього авангарду в Україні.....	183
<i>Касянчук М.</i> Жанрово-стильові особливості хорової музики для дітей на прикладі циклу М. Шуха «Бірюльки».....	186
<i>Кирея М.</i> Музичне життя Тернопільщини 30-х років XX століття.....	187
<i>Кириленко Я.</i> Театральна експлікація хорових творів.....	188
<i>Кікоть А.</i> Костюм як дизайнерська практика в сучасному сценічному мистецтві.....	189
<i>Кольц І.</i> Роль та значення оригінального репертуару в сучасному виконавстві на народних інструментах.....	190
<i>Конопліна О.</i> Декор і функції традиційних перських килимів.....	191
<i>Кравченко А.</i> Українські традиції камерно-інструментального мистецтва: динаміка історичного розвитку (остання третина XVIII – XIX ст.).....	193
<i>Крайлюк Л.</i> Іванна Токар: творчий потенціал педагога.....	195
<i>Криволапов Б.</i> Термінологічні колізії в експертній діяльності та юридична відповідальність експерта та оцінювача.....	196
<i>Кузьмінський І.</i> Універсали музичних братств та цехів Гетьманщини.....	198
<i>Кукуруза Н.</i> Джерелознавчі аспекти дослідження української сценічної мови.....	199
<i>Ланко В.</i> Творчість Шолома Секунди у культурологічному просторі України XXI століття.....	201
<i>Левко В.</i> Концертні виступи естрадних вокалістів як складова навчального процесу у мистецьких вишах.....	201
<i>Леус А.</i> Клубознавство як теоретична категорія.....	202
<i>Лимар Г.</i> Антропологічний феномен авангарду.....	203
<i>Лисенко-Ткачук І.</i> Розвиток сучасного образотворчого мистецтва. Дизайн та мистецький проект.....	204
<i>Луговський О.</i> Національна та крос-культурна складові образотворення в дизайні.....	206
<i>Лукашова О.</i> Герменевтичні аспекти формування цілісної позиції патріотизму в українському середовищі засобами музичного мистецтва.....	208
<i>Мартинюк Т.</i> Погляди Н.О. Горюхіної в контексті постнекласичної наукової раціональності....	209
<i>Мартинюк А.</i> Хорова спадщина Лесі Дичко в контексті проблеми виконавської школи.....	211
<i>Матушенко В.</i> Засоби активізації глядачів при проведенні масово-розважальних програм.....	212
<i>Mykhajljuk O.</i> Combinatorial method of creating factual effects in objects of design	213
<i>Мищенко М.</i> Сучасне мистецтво у віртуальному просторі екрану.....	215
<i>Мозгальова Н. Черкашина О.</i> Передумови формування музичного професіоналізму на Поділлі.....	216
<i>Москаленко-Висоцька О.</i> Історія «Укркінохроніки»: ретроспектива (період 1930-ті рр.)	218
<i>Муравіцька С.</i> Класичний кросове в контексті музичної культури доби постмодернізму.....	219
<i>Mustafaev F.</i> Mykola Gogol's motives in the Ukrainian classical music art at the beginning of XXI century.....	221
<i>Незгода М.</i> Дослідження психологічних особливостей вокального виконавства.....	221

<i>Нікольченко Ю., Садовська А.</i> Театральне мистецтво в Україні другої половини XIX–початку XX ст. та його особливості.....	223
<i>Новікова О.</i> Зміст і результати воркшопу «Медіакультура» для студентів Мюнхенського університету Людвіга-Максимиліана.....	225
<i>Овсянніков В.</i> Культурні коди українського поп-року.....	226
<i>Одрехівський Р.</i> Освітлювальні прилади у дизайні інтер'єрів культових споруд у Галичині (перша третина XX століття).....	227
<i>Олійник О.</i> Музичні інструменти з археологічних розкопок на території України та Польщі.....	228
<i>Олексієнко Р.</i> Міжнародна професійна мобільність у сфері виконавського мистецтва.....	230
<i>Опанасюк О.</i> Концепція інтенціоналізму культури і мистецтва – нова перспектива в аналізі й дослідженні культурно-художніх явищ XX – початку XXI століть.....	231
<i>Pavlovaitė U.</i> Development of an art platform in terms of relationship marketing: a biennial case	233
<i>Пащикова С.</i> Ігор Шамо – композитор і музикант у спогадах сучасників.....	234
<i>Пінчук О.</i> Національний проект «Яскраві діти України» як багаторівнева система формування музичної культури покоління Z.....	238
<i>Побожій С.</i> Відеоінсталяції Білла Віоли: Арттехнологія. Інновація. Традиція.....	239
<i>Погребняк Г.</i> Авторська постать в кінематографі.....	240
<i>Прищепенко С.</i> Художня образність рекламного плаката.....	242
<i>Прус Т.</i> Стратегічні перспективи в системі функціонування палаців культури.....	244
<i>П'ятницька-Позднякова І.</i> Музичний дискурс як багатовимірний текстовий простір.....	245
<i>Романенкова Ю. Братусь І.</i> Національний історико-меморіальний заповідник «Бабин Яр» як сегмент культурно-туристського потенціалу Києва.....	248
<i>Романець Д.</i> Опера для дітей Юрія Шевченка «Король Дроздобород» – перше втілення сюжету відомої європейської казки на українській оперній сцені.....	249
<i>Росенко Г.</i> Тенденції розвитку олімпійського музичного руху в Україні.....	250
<i>Руденко Л.</i> Парфен Ковернинський – регент хору Київської духовної академії.....	251
<i>Саєнко О.</i> Хорова мініатюра у творчості Лесі Дичко: стильові аспекти.....	253
<i>Саєнко І.</i> Мистецтво плетіння в Україні: традиції і сучасність.....	254
<i>Самар О.</i> Формування художньої мови митців в умовах соцреалізму.....	255
<i>Самая Т.</i> Вокальна естетика сучасного естрадного виконавства.....	257
<i>Сенчук Т.</i> Соціокультурні трансформації індустріальних об'єктів.....	258
<i>Серова О.</i> Стилi, жанри та техніки музичного постмодернізму.....	259
<i>Скидан Д.</i> Концертна діяльність як чинник крос-культурної комунікації.....	261
<i>Скорик І.</i> «Ню» - рух у часі. Сучасні проблеми жанру.....	262
<i>Скузь Д.</i> Виставкова діяльність як інструмент маркетингу та формування позитивного іміджу підприємства.....	264
<i>Слівінська А.</i> Концептуально-методологічні засади арт-дизайну.....	265
<i>Сосік О.</i> Декілька штрихів до атрибуції робіт Вільгельма Котарбінського.....	266
<i>Станіславська К.</i> Фольклор у добу постмодерну: до питання взаємодії.....	268
<i>Степурко В.</i> Духовний сенс композиторської творчості.....	269
<i>Теслюк П.</i> Мистецький продукт в інклюзивному освітньому культуропросторі.....	270

<i>Титенко Д.</i> Відтворення старовинного клавирного інструментарію в контексті соціокультурного проектування діяльності Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв.....	272
<i>Топорівська Я.</i> Інформаційно-комунікаційні технології у навчально-пізнавальній діяльності студентів музичних коледжів	273
<i>Халілова Л.</i> Збереження та промоція елементу нематеріальної культурної спадщини – кримськотатарського орнаменту Орьнек.....	274
<i>Храмова-Баранова О.</i> Традиції та сучасність в мистецтві плакату.....	275
<i>Цвєткова Л.</i> Танцювальний дискурс сценічної композиції «Жовтий звук» . В. Кандинського...	276
<i>Цигановська Н.</i> Жанрова природа тематизму та інтерпретація музики.....	278
<i>Циганок О.</i> Експертиза творів мистецтва та антикваріату: діяльність науково-аналітичних установ.....	279
<i>Шайда В.</i> Концертно-гастрольна діяльність як форма міжнародного співробітництва в музичному мистецтві.....	281
<i>Шемєньова Ю.</i> Вуличне мистецтво як засіб спілкування з мешканцями міста.....	282
<i>Школьна О.</i> Вироби Києво-Межигірської фаянсової фабрики в музейних збірках України.....	284
<i>Шульгіна В.</i> Гуманітарні стратегії сучасних наукових студій НАКККІМ	287
<i>Шуміліна О.</i> Духовні концерти М. Березовського і Б. Галуппі: спільне та відмінне.....	288
<i>Шумакова С.</i> Зміна театральної парадигми: феномен постдраматизму.....	289
<i>Шумілова В.</i> Творча багатогранність Мирослава Вантуха.....	291
<i>Щербак К.</i> Достовірність у роботі художників-костюмерів в історичному кінематографі сучасної України.....	292
<i>Юдакова І.</i> Порівняльний аналіз сучасного стану театралізації івент-заходів в Україні та Америці..	293
<i>Jurėnienė V.</i> Impact of art on formation of a country's soft power.....	294
<i>Яковець І., Литовченко Н.</i> Міжнародна виставка-конкурс «The 7 sense» у контексті популяризації ролі промислового дизайну в Україні.....	295
<i>Ямкова Т.</i> Культурно-мистецький проект «Нове життя Самчиківського розпису» як чинник креативного розвитку Хмельницького регіону.....	296

ІСТОРІЯ ТА ФІЛОСОФІЯ

<i>Ведєнєєв Д.</i> Асиметричний («гібридний») тип конфліктності: культурно-інформаційна складова.....	297
<i>Гацелюк В.</i> Балетна неокласика в контексті тенденцій сучасної хореографічної культури.....	299
<i>Заболотна Т.</i> Міська культура Києва в добу нацистської окупації: між духовною місією і виживанням.....	300
<i>Кумєда Т.</i> Картина світу в контексті сучасної наукової думки.....	302
<i>Лисенко О., Пекарчук В.</i> Культурні практики етнонаціональних меншин сучасної України як інструмент самоідентифікації.....	303
<i>Литвин С.</i> Культурна дипломатія доби Директорії Української Народної Республіки.....	305
<i>Личкова В.</i> Авторська презентація книги «Український сасгум: ейдоси і люди під покровом Богородиці».....	308
<i>Лукава Д.</i> Творча та педагогічна спадщина Ю. Кипоренка-Доманського у контексті становлення традицій українського оперного мистецтва.....	309
<i>Маєвський О.</i> Традиційні моделі та форми тоталітарного мистецтва в інформаційному просторі України у Другій світовій війні.....	310
<i>Маслюк О.</i> Проведення кінофестивалів в Українській РСР в 1945 р.....	312

<i>Міненко Л.</i> Головні напрями комплектування фондів Національного військово-історичного музею України у період 1995–2013 роки.....	314
<i>Мокроусов А.</i> Проблемні аспекти сучасного музейного будівництва в Україні.....	317
<i>Морозов А.</i> Трансценденція як конститутивний атрибут сутності людини.....	318
<i>Москалюк В.</i> Людина як суб'єкт художнього вчинку у побудові та розвитку культурних сфер..	320
<i>Проценко О., Васильєва Л.</i> Етикет у культурі поведінки та спілкування.....	321
<i>Reva T.</i> The main forms of interaction between society and culture in the french philosophical conceptions of the second half of xx century	323
<i>Рой В.</i> Маловідомі сторінки з життя Павла Вірського (штрихи до творчого портрету).....	324
<i>Рой Є.</i> Військові ансамблі пісні і танцю як прототип ансамблевої форми народно-хореографічного мистецтва.....	328
<i>Руденко С., Петренко Н., Головка О.</i> Гуманітарні стратегії в загальній та фаховій освіті на Слобожанщині: історія та сучасність.....	331
<i>Сафонова І.</i> Ставрографія: історико-мистецтвознавчий концепт.....	333
<i>Святненко А.</i> Національні і релігійні погляди Йосипа Терелі.....	335
<i>Сіверс В.</i> Культурологія у контексті глобальних проблем сучасності.....	336
<i>Тишкевич О.</i> Становлення та розвиток періодичної преси в Україні другої половини XIX ст.....	338
<i>Хойнацька Л.</i> Пісенно-естрадна концертна практика в сучасній Україні як етнокультурний та ідеологічний феномен.....	339
<i>Хроненко І., Масалова І.</i> Висвітлення постаті гетьмана Івана Степановича Мазепи в експозиційній діяльності Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника.....	341
<i>Чайка В.</i> Музична культура української діаспори в умовах сучасного мультикультурного суспільства.....	343

МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Kaftandjiev C.</i> <i>Effective Advertising and Marketing Communications of Museums</i>	345
<i>Коваленко О.</i> Технологія коучингу в сучасній управлінській практиці.....	346
<i>Липов В.</i> Господарювання і культура: від натуральної форми господарювання до гламурного капіталізму.....	348
<i>Федотова К.</i> Креативний менеджмент як чинник підвищення ефективності рекламної діяльності.....	351
<i>Філоненко О.</i> Сучасні тенденції страхового ринку України.....	353
<i>Шморгун Л., Сакада М.</i> Пріоритети розвитку вітчизняної науки і освіти на зламі століть.....	354

БІБЛІОТЕКОЗНАВСТВО ТА ДОКУМЕНТОЗНАВСТВО

<i>Бучковська О.</i> Електронний документ у формуванні фонду культурної спадщини.....	358
<i>Збанацька О., Добровольська В.</i> Електронна бібліотека «Культура України» в системі електронних ресурсів бібліотеки.....	360
<i>Лісова І.</i> Монастирські бібліотеки в соціокультурному просторі України XI-XVII ст.....	361
<i>Нагорний В.</i> Форми, цілі та інструменти культурної дипломатії.....	363
<i>Петрова Л.</i> Філософія інформації як основа формування знань про сутність інформаційних ресурсів..	364
<i>Стронська Н.</i> Алгоритмізація обробки історичних даних.....	366
<i>Tyshkevych K.</i> Informational and communication functions of the libraries of Ukraine for youth: publishing aspect	367

Наукове видання

**КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА МИСТЕЦТВОЗНАВЧІ ПАРАЛЕЛІ:
НАУКОВИЙ І ПРАКТИЧНИЙ ВИМІР**

*Матеріали міжнародного симпозіуму,
присвяченого 50-річчю
Національної академії керівних кадрів
культури і мистецтв*

Редактори: Денисюк Ж. З., Тишкевич К. І.

Підп. до друку 03.06.2019. Формат 60х84 ¹/₈.
Папір друк. апарат. Друк офсетний. Облік.-вид. арк. 47,43
Умов. друк. арк. 44,52. Зам 62 Тираж 300.

Видавець і виготовлювач
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв
01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
ДК № 3953 від 12.01.2011.